新形势下做好“配合性”宣传报道路径研究

摘　要：媒体融合新形势下要做好“配合性”宣传报道，在新闻实践中，记者要不断增强脚力、眼力、脑力、笔力，创新采编思路和技巧，深入一线抓活鱼，寻真情，悟感触，求共鸣，努力推出有思想、有温度、有品质、生命力强的新闻作品，从而更好地服务于党和政府的宣传工作。本文从遵循新闻报道规律、切忌刮风做表面文章、努力提高宣传艺术方面进行了研究探讨。

关键词：配合性宣传；报道规律；宣传艺术；宣传质量
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-066-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.019

文 / 李龙杰

广播电视是党和政府的耳目喉舌，作为记者，围绕党和政府不同时期的工作侧重点、侧重面，作好相应的配合性宣传，毋庸置疑。但问题是：怎样去理解，怎样去配合？不分时间、地点和场合，一律照本宣科，照搬照转，或人云亦云；为紧跟眼前“一阵风”，为强调一项工作的重要而“一窝蜂”；这样的配合，既不符合事物发展的客观规律，也往往引起受众的不信任情绪，甚至产生逆反心理和负面效应。那么，新形势下如何提高配合性宣传报道的质量呢？笔者认为有以下路径可供广大电视从业者借鉴参考：

1. 遵循新闻报道规律

配合性宣传，可分为直接配合和间接配合两种。直接配合，即与近期或近日内具体的特定新闻或宣传中心相配合，直接起到被补充、解释、阐发等作用，时效性要求较强；间接配合，即与相当长一段时间或一个时期的宣传中心相配合，间接地起着深化、加强的作用，不一定非围绕具体的、特定的新闻进行不可，时效性要求较弱，对稿件的要求也不十分紧迫。不论是直接配合，还是间接配合，都应遵循新闻报道的基本规律。

1.1 要提炼好报道主题

做配合性宣传报道之前，采编者要先选准主题，即明白报道的目的和主旨。实践中发现，凡是失败的“配合性”报道，大多是主题不集中。

1.2 依据事实进行报道

在做配合性宣传报道时，采编者要切实把握好两条：一是对新闻原体不容扭曲，也不容作伪；二是对所报道的客体既要做到局部真实，又要做到整体真实。那种为配合而粗制滥造、生编硬造的浮夸新闻，表里不一、内容和形式不一致的片面性的报道，都是失败与于未依据新闻事实进行报道。

1.3 突出新闻的电视特性

配合性电视宣传报道有其固有的特点和规律，其工作内容、工作手段、工作形式都必须突出电视新闻的特性，要用新闻手段、新闻形式进行采编。特别是没有新闻价值的会议，主题缺乏策划创意、内容华而不实，拍摄画面生硬，后期制作粗糙，临时应付的配合性新闻，由于缺乏前瞻性，宣传效果更不会好。

1.3.1 用画面“说话”

电视使用画面“说话”，拍摄者在选取图像素材时应首先考虑节目画面与受众的共鸣点，要用令大众感兴趣的具有强大吸引力的画面“说话”，由此组织选取图像，并坚持做到“画面为主，解说、音乐为辅”的编辑原则，从而揭示新闻主题，表达见解，达到宣传意图。因此，从新闻报道需求出发，力图用最恰当、最精美的画面揭示主题，是电视报道成功的重要路径。

1.3.2 用好电视的“现场性”

现场采访能有效的揭示新闻人物的思想境界和认知水平，使报道变的生动、鲜活、更具表现力，与观众更贴近。现场采访并非用的越多越好，应该是宜短不宜长，宜精不宜粗。现场采访过长过滥，就成了流水账，容易使观众乏味，失去报道的吸引力和观众把握中心内容的兴奋点。而以纪实性为基本描述手法的电视纪录片，对现场拍摄采访内容即时即情即景“原生态”呈现给观众，报道内容客观真实，宣传效果会更加理想。

1.3 选择有新闻价值、宣传价值的事实进行报道

报道中重复有关的文件，做点解释性的发挥，或进行一般的议论，既没有提神的“药性”，也没有实际的功效，这样的配合性宣传是失败的，只能使受众“敬而远之”。一个新闻事件会有多个报道角度，记者能否成功找到蕴含其中的新闻价值，更准确、生动、形象的表现这些价值，是对记者水平的最好检验。为更好地选取有新闻价值和宣传价值的事实进行报道，笔者认为要把握好“新、热、深、红”四个字。

新，即符合当前形势需要和政策宣传需要，对实际工作具有示范和指导作用的新鲜人物和新鲜事件。这类新闻题材能推动我党最新方针政策和决议的贯彻落实，对实际工作具有示范和指导作用的新鲜人物和新鲜事件，新闻价值高，宣传效应好，也是记者选取题材和报道角度的首选。

热，即引起民众广泛关注、事关民众切身利益的热点问题。在做这类新闻时，我们一定要本着“唱响主旋律”“帮忙不添乱”的原则，从服从服务于大局的角度出

发，发挥正确舆论导向的作用，解答民众的疑问，消除民众的误解，帮助群众正确看待理解各种新闻热点问题。

深，即启迪民众、事件有现实指导意义。有些新闻素材看似表面平淡无奇，内里却蕴藏着深层次的“价值”，一些看似自然普通的事件，背后却有必然的因与果。

红，即弘扬美德、倡树文明新风的典型事件。那些尊老爱幼、见义勇为、清正廉洁、爱岗敬业的先进人物；弘扬中华民族传统美德、体现文明新风、树立社会正气的典型事件，都有很高的新闻价值，都应该是记者报道的重点。[1]

2. 切忌刮风做表面文章

配合性宣传要避免刮风，避免盲目性，避免做表面文章。不立足于实际，为紧跟上级新精神，为强调一个事物的重要连篇累牍地做表面文章，这样的配合性宣传报道，往往热得急冷得快。特别是涉及到事关全局的一些具有战略性的长远规划，重大决策，比如国家“五年计划”、“十年规划”，我们宣传报道不是热上一阵子就能奏效的，而是要常流水，不断线、不间断地研究新情况，探讨新问题，报道新经验，在求准、求实、求稳、求新、求深上下工夫，才能见成效。

很显然，要使配合性宣传报道取得好的宣传效果，必须做到适量适度，从新闻原体引发，“度”是客观存在的界定，反映质和量的统一。对新闻事实的报道既关系到政策“质”的规定性，也关系到政策“量”的规定性。新闻报道要受政策的质和政策规定范围、程度所允许的量的制约。有的记者在做配合性宣传报道或评价某一事物时，往往一下子把报道的调子定位过高，究其原因，就是没处理好量变与质变关系。实践证明，宣传报道上的大起大落，忽冷忽热，在热点问题上的过分渲染、加温，往往导致新闻舆论导向的基调失衡，不仅会使传播受阻，还会引起受众的逆反心理和负效应。因此，我们在做搞配合性宣传报道时，一定要从事物变化中把握好量变与质变的关系，认清事物质的规定性，做到适量适度。

为了避免配合性宣传报道中只重视形式色彩的出现，记者应充分发挥积极性、主动性和创造性。一是在做搞配合性宣传报道时要多一点辩证法，把对党的领导机关和人民很好地统一起来，宣传党的领导和宣传群众辩证统一起来；二是要注意寻找事物的特殊性，谨防片面性和一刀切。有些配合性宣传报道，之所以给人以肤浅、重复、无新意之感，主要是对事物的特殊性缺乏深入研究。我们要找到事物的特殊性，就要注意事物的产生，存在及其与周围事物的关联性，从中找出带有规律性的东西，得出符合实际的结论，这就要求记者转变采访作风，到群众中去，到生产生活一线去淘金，挖掘宝藏。只有这样，采制的报道才能求得共性与个性的和谐统一，理论、政策、实际的统一，取得好的宣传效益。

3. 努力提高宣传艺术

配合性宣传不能停留于“应景性”“印证性”“说教性”的报道水平，而是要寓指导性于可读性之中，寓宣传教育于接受性之中，使广播电视的权威性、思想性、战斗性与知识性、服务性、趣味性融合统一，达到强化广播电视优势的作用，又能激起受众的收视欲望。为此，记者在采制配合性宣传报道时，要提高传播艺术，把直露式改为启迪式，注入式改为寓理式，说教式改为交流式。比如对会议的报道，要打破以往那种不是“你指出”，就是“他强调、他总结”的公式化的旧格调，应选择有新闻价值、有宣传价值的新问题、新思想、新思路、新信息、新措施，浓墨重彩的加以报道，并适当增加现场感。

3.1 报道艺术求突破

配合性宣传报道要突破以往固有的宣传形式，跳出论证思维的框框，在哲学思维上取得突破性进展。只有掌握了系统型思维，变直线型思维为发散型思维、动态型思维，才能在配合性宣传报道中如实地再现事物的整体，揭示事物的本质，才能把人看成、写成有血有肉、有思想、有温度、有感情的人，把事物看成、写成活生生的事，从而增强报道的艺术性、可视性、可信性。

3.2 报道角度力求新颖别致

配合性报道要找准拟报道客体的闪光点或诸种矛盾的集结点，选择最佳的报道角度。有些配合性宣传报道，往往从单纯的工作角度、业务角度出发，令受众观而生倦，其症结就是因为与群众、与实践拉开了距离。

3.3 报道内容要求新求深

配合性报道内容要刻意求新、求深，有品位、有可视性，无论是反映成就、传播经验、报道政策思想、探讨问题，还是提出批评、提出建议的，都应是现实生活的“急救篇”“启迪篇”“实用篇”。这就要求记者在做配合性宣传报道时，要着眼于宏观、贴近现实，触及矛盾，在深度思考上下一番工夫。对所要报道的客体内容和事实要集中，含量不宜过大，把力气用在解决主要矛盾上。这就像麝香之于全鹿，牛黄之于全牛那样，要奉献给受众的是麝香不是全鹿，是牛黄而不是全牛。

结语

总之，在媒体融合新背景下，要做好“配合性”宣传报道，新闻实践中，记者要不断增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，深入采访一线，抓“活鱼”，寻“真情”，悟“感触”，求“共鸣”，与时俱进，创新采编思路和技巧，提升报道水平和质量，努力推出有思想、有温度、有品质、生命力强的优秀新闻作品，承担起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的时代使命任务。[2] 媒

参考文献

[1] 周盛阔，邵英功 . 学习型社会下广播电视理论研究 [M]. 海口：南海出版公司，2005：363-365.

[2] 张洋 . 全国宣传思想工作会议 21 日至 22 日在北京召开 [N]. 人民日报，2019-8-23（1）.

作者单位：山东省曹县融媒体中心（曹县广播电视台）